BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan aktivitas fundamental dalam Islam yang bertujuan mengajak umat manusia kepada kebaikan, kebenaran, dan ajaran Islam yang rahmatan lil ‘alamin. Dakwah dalam perkembangannya, tidak lagi dapat dijalankan secara konvensional dan spontan, melainkan memerlukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang sistematis agar tujuan dakwah dapat tercapai secara optimal.

Keberhasilan sebuah program dakwah sangat ditentukan oleh sejauh mana lembaga dakwah mampu merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi dinamika sosial, budaya, dan teknologi yang terus berubah. Oleh karena itu, manajemen strategi menjadi instrumen penting yang tidak dapat dipisahkan dari upaya pengembangan dakwah di era modern.

Masjid, sebagai institusi sentral dalam kehidupan umat Islam, tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah mahdhah, tetapi juga sebagai pusat pembinaan umat, pendidikan, sosial, dan dakwah. Fungsi masjid yang multidimensi ini menuntut pengelolaan yang profesional, terutama dalam merancang dan mengembangkan program-program dakwah yang relevan dengan kebutuhan jamaah serta mampu menjawab tantangan zaman. Tidak sedikit masjid yang pengelolaan program dakwahnya masih berjalan apa adanya, tanpa perencanaan strategis yang matang, sehingga program yang

dihasilkan kurang berkelanjutan dan kurang memberikan dampak signifikan terhadap jamaah maupun masyarakat sekitar.

Fenomena ini menjadi semakin menarik untuk dikaji ketika masjid berada di lingkungan yang tidak lazim, yaitu kawasan pusat perbelanjaan dan hiburan modern. Masjid Agung Trans Studio Bandung merupakan salah satu contoh masjid yang berdiri di tengah kompleks Trans Studio Mall, kawasan wisata dan hiburan yang setiap harinya dikunjungi ribuan pengunjung dari berbagai latar belakang usia, profesi, dan status sosial. Posisi strategis ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan tersendiri bagi pengelola masjid dalam merancang program dakwah yang efektif dan tepat sasaran

Berdasarkan dari sisi historisnya, keberadaan Masjid Agung Trans Studio Bandung tidak dapat dipisahkan dari pembangunan kawasan Trans Studio Bandung sebagai destinasi wisata dan hiburan terpadu. Pada tahap awal berdirinya, masjid ini dihadirkan sebagai fasilitas penunjang ibadah bagi pengunjung, karyawan, dan masyarakat di lingkungan kawasan tersebut, dengan fungsi yang relatif sederhana, yaitu sebagai tempat pelaksanaan salat lima waktu dan salat Jumat. Pengelolaannya pun pada masa-masa awal masih bersifat terbatas, sebatas memenuhi kebutuhan ibadah harian tanpa program dakwah yang terstruktur.

Seiring bertambahnya jumlah pengunjung Trans Studio Mall dan meningkatnya kebutuhan masyarakat urban akan ruang ibadah yang representatif di tengah kawasan komersial, pengelola secara bertahap

memperluas peran masjid, dari sekadar tempat salat menjadi pusat pembinaan dan pelayanan umat yang lebih komprehensif. Perkembangan ini ditandai dengan terbentuknya kepengurusan Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) yang lebih tertata, sehingga pengelolaan kegiatan tidak lagi berjalan seadanya, melainkan mulai diarahkan pada perencanaan program yang lebih sistematis.

Perkembangan tersebut kian terlihat dari bertambahnya ragam kegiatan yang diselenggarakan, mulai dari kajian keIslaman rutin, layanan bimbingan ibadah bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, hingga program sosial-keagamaan seperti santunan dan kegiatan keagamaan pada momen tertentu, misalnya Ramadan dan hari besar Islam. Transformasi Masjid Agung Trans Studio Bandung dari yang semula berfungsi tunggal sebagai tempat ibadah menjadi masjid yang aktif menyelenggarakan berbagai program dakwah ini menunjukkan adanya proses pengembangan yang berkelanjutan, sekaligus menegaskan pentingnya manajemen strategi yang tepat agar program-program dakwah yang dijalankan dapat terus relevan dengan karakteristik jamaah yang dinamis di kawasan pusat perbelanjaan dan hiburan tersebut.

Di satu sisi, keberadaan masjid di pusat keramaian membuka akses dakwah kepada segmen jamaah yang sangat luas dan heterogen, mulai dari kalangan muda, keluarga, wisatawan domestik maupun mancanegara, hingga karyawan pusat perbelanjaan. Di sisi lain, karakteristik jamaah yang bersifat transit dan tidak menetap menuntut pendekatan dakwah yang

inovatif, fleksibel, dan berbeda dari pengelolaan masjid pada umumnya yang memiliki jamaah tetap di lingkungan permukiman. Kondisi ini menjadikan pendekatan dakwah konvensional belum tentu efektif bila diterapkan tanpa penyesuaian strategi yang matang.

Perkembangan ruang publik di kawasan komersial menuntut pengelola lembaga dakwah untuk menerapkan manajemen strategi yang tidak hanya berfokus pada kegiatan rutin, tetapi juga membangun keterikatan jamaah secara inklusif (Suharto & Firmansyah, 2022). Menurut Hidayat dan Rahandani (2023), dakwah di pusat perbelanjaan dan kawasan modern membutuhkan pendekatan komunikasi yang adaptif agar pesan keagamaan dapat diterima oleh masyarakat perkotaan yang memiliki tingkat mobilitas tinggi.

Kondisi tersebut menuntut adanya manajemen strategi pengembangan program dakwah yang dirancang secara khusus dan berkesinambungan. Pengelola Masjid Agung Trans Studio Bandung dituntut mampu melakukan analisis lingkungan, baik internal maupun eksternal, guna merumuskan program-program dakwah yang tidak hanya bersifat rutin, tetapi juga adaptif terhadap karakteristik jamaah urban di kawasan komersial. Hal inilah yang menjadikan Masjid Agung Trans Studio Bandung sebagai objek penelitian yang menarik dan relevan untuk dikaji lebih mendalam, khususnya mengenai manajemen strategi yang diterapkan dalam mengembangkan program dakwahnya.

Berdasarkan pengamatan awal, Masjid Agung Trans Studio Bandung telah menyelenggarakan berbagai program dakwah, mulai dari kajian rutin, layanan bimbingan ibadah bagi wisatawan, hingga kegiatan sosial keagamaan lainnya. Namun demikian, belum banyak kajian ilmiah yang secara khusus mengungkap proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi strategi yang digunakan pengelola masjid dalam mengembangkan program-program tersebut, termasuk faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam implementasinya. Padahal, pemahaman terhadap manajemen strategi ini penting sebagai bahan evaluasi sekaligus rujukan bagi pengelola masjid lain yang memiliki karakteristik serupa.

Atas dasar pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Manajemen Strategi Pengembangan Program Dakwah (Studi Deskriptif di Masjid Agung Trans Studio Bandung)", guna mendeskripsikan secara mendalam bagaimana strategi manajemen dakwah dirumuskan dan diimplementasikan oleh pengelola masjid dalam menjawab tantangan dakwah di lingkungan yang unik dan strategis tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan ilmu manajemen dakwah, serta kontribusi praktis bagi pengelola masjid dalam merumuskan strategi pengembangan program dakwah yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diambil fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana perumusan strategi (*strategy formulation*) yang dilakukan pengurus Masjid Agung Trans Studio Bandung dalam pengembangan program dakwah?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi (*strategy implementation*) pengembangan program dakwah di Masjid Agung Trans Studio Bandung?
3. Bagaimana evaluasi strategi (*strategy evaluation*) yang dilakukan pengelola Masjid Agung Trans Studio Bandung terhadap program dakwah yang telah dijalankan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses perumusan strategi (*strategy formulation*) yang dilakukan oleh pengelola Masjid Agung Trans Studio Bandung dalam mengembangkan program dakwah, mencakup analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal, perumusan visi dan misi, penetapan tujuan jangka panjang, serta penentuan alternatif strategi yang digunakan dalam menjawab karakteristik jamaah yang berada di kawasan pusat perbelanjaan dan hiburan.

2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pelaksanaan strategi (*strategy implementation*) pengembangan program dakwah di Masjid Agung Trans Studio Bandung, khususnya terkait dengan pengorganisasian sumber daya, penetapan struktur pelaksana, alokasi anggaran, serta upaya kepemimpinan dalam menggerakkan seluruh elemen organisasi guna merealisasikan strategi yang telah dirumuskan ke dalam program-program dakwah yang konkret.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan evaluasi strategi (*strategy evaluation*) yang dilakukan pengelola Masjid Agung Trans Studio Bandung terhadap program dakwah yang telah berjalan, meliputi proses pengukuran kinerja, identifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta tindakan korektif yang diambil sebagai upaya perbaikan dan keberlanjutan program dakwah di masa yang akan datang.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, dapat dijelaskan beberapa kegunaan dari pelaksanaan penelitian sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

   Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang manajemen dakwah, khususnya yang berkaitan dengan penerapan teori manajemen strategi Fred R. David dalam konteks pengembangan program dakwah di lingkungan masjid. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik berupa gambaran konkret mengenai relevansi teori manajemen strategi

yang selama ini banyak diterapkan dalam konteks organisasi bisnis dan korporasi ketika diadaptasi ke dalam konteks lembaga keagamaan seperti masjid.

Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu rujukan ilmiah bagi pengembangan disiplin ilmu Manajemen Dakwah, serta membuka ruang diskusi lebih lanjut bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa, khususnya terkait dinamika dakwah di ruang-ruang publik modern seperti pusat perbelanjaan dan destinasi wisata.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengelola Masjid Agung Trans Studio Bandung sebagai bahan refleksi dan evaluasi terhadap strategi pengembangan program dakwah yang telah dijalankan, agar semangat dakwah yang humanis dan ramah tetap terjaga bagi setiap jamaah yang singgah di tengah hiruk-pikuk pusat perbelanjaan bagi pengelola masjid maupun lembaga dakwah lain dengan karakteristik jamaah serupa sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan pendekatan dakwah yang lebih adaptif dan inovatif; bagi kalangan akademisi dan peneliti selanjutnya sebagai sumber.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoretis

a. Manajemen Strategi

Menurut David (2016:11) "Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai yang mencakup ekspansi geografis, diversivikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divesastasi, likuidasi, dan usaha pantungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah besar".

1) Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan seni dan ilmu dalam merumuskan (*formulating*), melaksanakan (*implementing*), dan mengevaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya secara optimal (David & David, 2017: 37).

Konsep ini menegaskan bahwa keberhasilan organisasi tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya sumber daya yang dimiliki, melainkan oleh kemampuan organisasi dalam membaca perubahan lingkungan serta merumuskan langkah-langkah strategis yang adaptif terhadap perubahan tersebut.

Pandangan ini sejalan dengan Wheelen dan Hunger (2018: 15) yang mendefinisikan manajemen strategi sebagai serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

organisasi dalam jangka panjang, melalui proses pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi, serta evaluasi dan pengendalian.

Berdasarkan pemaparan di atas, manajemen strategi dapat dipahami sebagai suatu proses berkesinambungan yang menuntut organisasi termasuk organisasi keagamaan seperti masjid untuk senantiasa peka terhadap dinamika lingkungan internal maupun eksternal, sebagai dasar dalam merumuskan langkah pengembangan yang tepat dan berkelanjutan.

2) Dimensi Manajemen Strategi Fred R. David

Fred R. David (2017: 43–48) merumuskan tiga tahap utama dalam proses manajemen strategi yang menjadi indikator variabel X dalam penelitian ini, yaitu:

a) Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*) Tahap ini mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang serta ancaman eksternal, menilai kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, dan merumuskan berbagai alternatif strategi sebelum akhirnya memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan. Perumusan strategi umumnya dilakukan melalui analisis lingkungan strategis, salah satunya dengan pendekatan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), sebagai instrumen untuk

memetakan posisi organisasi terhadap lingkungannya (David & David, 2017: 44).

b) Pelaksanaan Strategi (*Strategy Implementation*) David menyebut tahap ini sebagai *action stage*, sebab strategi yang telah dirumuskan diterjemahkan ke dalam tindakan nyata melalui penetapan tujuan tahunan, perumusan kebijakan, alokasi sumber daya, penyesuaian struktur organisasi, serta upaya membangun motivasi dan komitmen seluruh anggota organisasi. Keberhasilan tahap ini sangat bergantung pada kapasitas kepemimpinan dalam mengomunikasikan strategi serta membangun budaya organisasi yang kondusif bagi pencapaian tujuan (David & David, 2017: 46).

c) Evaluasi Strategi (*Strategy Evaluation*) Tahap ini berfungsi menilai sejauh mana strategi yang telah dijalankan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, melalui tiga aktivitas pokok, yaitu meninjau kembali faktor internal dan eksternal yang menjadi landasan strategi, mengukur kinerja organisasi, dan mengambil tindakan korektif apabila terjadi penyimpangan dari target yang direncanakan. David menegaskan bahwa evaluasi strategi bersifat mutlak dilakukan karena keberhasilan yang dicapai hari ini tidak menjamin keberhasilan di masa mendatang (David & David, 2017: 48).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

b. Pengembangan

1) Pengertian Pengembangan

Konsep pengembangan dalam penelitian ini merujuk pada pemikiran Sugiyono (2019: 297), yang mendefinisikan pengembangan sebagai suatu proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru maupun menyempurnakan produk yang telah ada, sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara sistematis dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik, efektif, serta bermanfaat.

Meskipun konsep ini pada mulanya banyak digunakan dalam konteks penelitian dan pengembangan (*Research and Development*), esensi pengembangan sebagai proses perbaikan dan penyempurnaan yang terencana, bertahap, dan berorientasi pada hasil yang lebih baik tetap relevan diadaptasi dalam konteks pengembangan program, termasuk program dakwah di lingkungan masjid.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Sugiyono (2019: 298) juga menekankan bahwa proses pengembangan idealnya dilandasi oleh identifikasi potensi dan masalah, pengumpulan data atau informasi, perancangan desain, validasi, hingga uji coba dan penyempurnaan secara berkelanjutan. Prinsip ini menunjukkan bahwa pengembangan bukanlah kegiatan yang bersifat sekali jadi, melainkan proses interatif yang senantiasa terbuka terhadap evaluasi dan perbaikan.

2) Karakteristik Pengembangan Program.

Berdasarkan pemikiran Sugiyono tersebut, pengembangan program dalam hal ini program dakwah dapat dipahami memiliki karakteristik sebagai berikut: *pertama*, bersifat berkelanjutan (*sustainable*), yaitu senantiasa disempurnakan berdasarkan evaluasi berkala; *kedua*, berorientasi pada kebutuhan sasaran (*need-based*), yaitu dirancang untuk menjawab kebutuhan riil kelompok sasaran yang dituju; dan *ketiga*, terukur (*measurable*), yaitu memiliki indikator keberhasilan yang jelas sehingga dapat dievaluasi secara objektif. Ketiga karakteristik ini relevan digunakan untuk melihat sejauh mana program dakwah di Masjid Agung Trans Studio Bandung dikembangkan secara sistematis dan berkelanjutan.

3) Keterkaitan Manajemen Strategi dan Pengembangan Program Dakwah.

Berdasarkan uraian kedua variabel di atas, manajemen strategi Fred R. David dan konsep pengembangan Sugiyono memiliki keterkaitan yang saling melengkapi dalam konteks penelitian ini. Manajemen strategi berperan sebagai kerangka proses (*process framework*) yang menuntun organisasi dalam hal ini pengelola masjid melalui tahapan perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi, sementara konsep pengembangan menjadi orientasi hasil (*outcome orientation*) yang menunjukkan bahwa keseluruhan proses manajemen strategi

tersebut idealnya bermuara pada perbaikan dan penyempurnaan program dakwah secara berkelanjutan.

Dengan demikian, manajemen strategi pengembangan program dakwah dapat dipahami sebagai proses sistematis yang mengintegrasikan langkah-langkah strategis (perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi) dengan orientasi pengembangan program yang berkelanjutan, terukur, dan berbasis kebutuhan jamaah, sebagaimana yang diterapkan oleh pengelola Masjid Agung Trans Studio Bandung dalam menjawab dinamika jamaahnya yang heterogen.

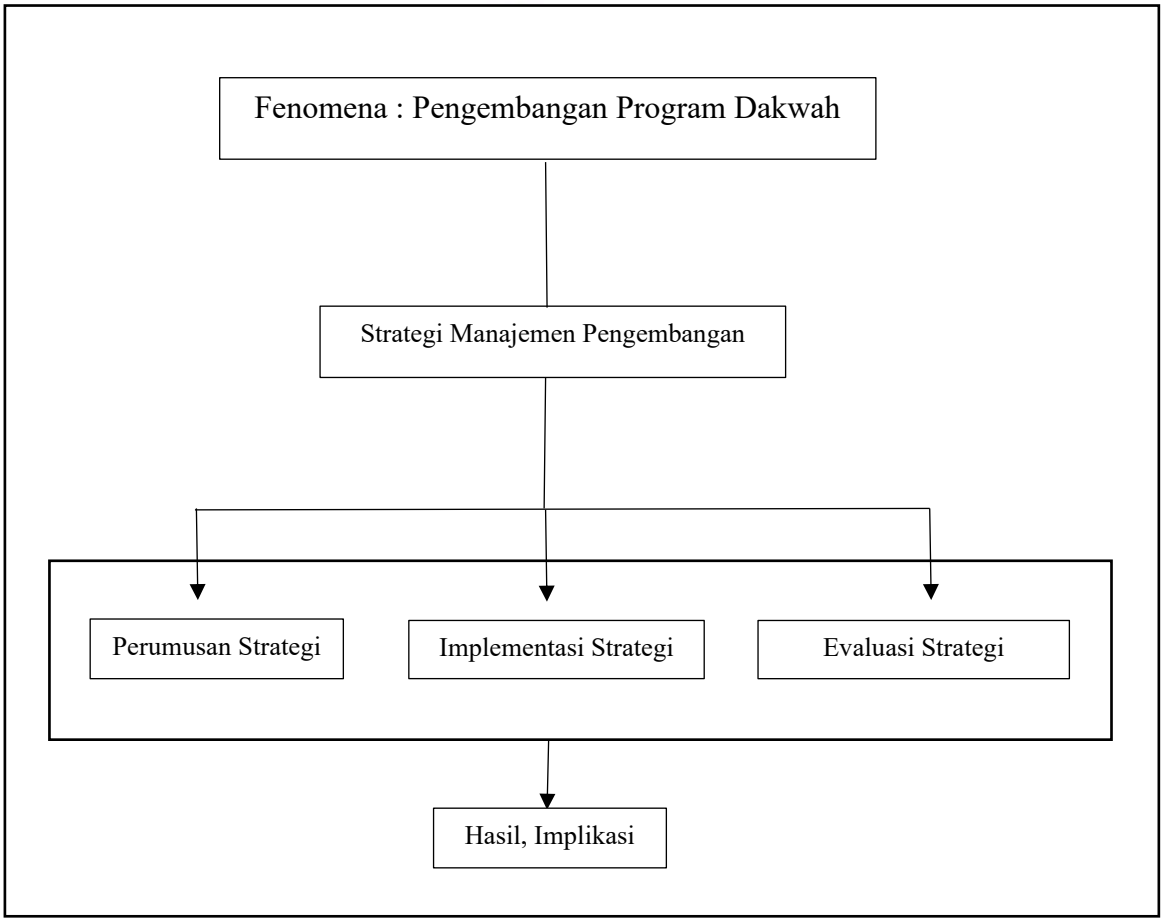
2. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berangkat dari fenomena pengembangan program dakwah yang terjadi di lapangan. Fenomena inilah yang mendasari pentingnya penelitian dilakukan. Dari fenomena tersebut, kajian difokuskan pada strategi manajemen pengembangan, karena keberhasilan pengembangan program dakwah sangat ditentukan oleh bagaimana strategi tersebut disusun dan dijalankan.

Strategi manajemen ini dijabarkan ke dalam tiga tahap yang saling berkaitan. pertama, perumusan strategi, yaitu proses perencanaan yang mencakup analisis kebutuhan dan penyusunan langkah strategis, kedua, implementasi strategi, yaitu pelaksanaan rencana tersebut di lapangan dan ketiga, evaluasi strategi, yaitu penilaian terhadap pelaksanaan untuk

mengukur efektivitasnya. Ketiga tahap ini merupakan satu siklus manajemen yang berkesinambungan.

Keseluruhan proses tersebut menghasilkan hasil dan implikasi penelitian, baik secara teoritis bagi kajian manajemen dakwah, maupun secara praktis sebagai rekomendasi pengembangan program dakwah selanjutnya yang digambarkan oleh bagan dibawah ini



F. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian adalah prosedur tahapan yang digunakan dalam membantu proses penelitian penulis untuk mendapatkan data yang digunakan dalam kegiatan ilmiah, serta data yang sudah didapatkan akan penulis olah dan disesuaikan dengan masalah dan tujuan penelitian mengenai strategi dan pendekatan yang digunakan dalam proses Pengembangan Program Dakwah.

1. Lokasi Penelitian

Masjid Agung Trans Studio Bandung, Pusat Terpadu Transtudio, Jl. Gatot Subroto No.289, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40273.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme sebagai landasan berpikir, sekaligus pendekatan kualitatif deskriptif dalam mengkaji manajemen strategi pengembangan program dakwah di Masjid Agung Trans Studio Bandung. Paradigma ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami dan mendeskripsikan fenomena secara mendalam dan kontekstual, bukan menguji hipotesis maupun mengukur hubungan antarvariabel secara statistik sebagaimana pada paradigma positivisme.

Pada fenomena ini, manajemen strategi pengembangan program dakwah diyakini benar-benar terjadi dan dapat diamati secara nyata melalui proses perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi yang

dijalankan pengelola masjid. Namun demikian, pemahaman peneliti terhadap fenomena tersebut tetap bersifat interpretatif, karena data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dimaknai berdasarkan kerangka teori Fred R. David dan konsep pengembangan program menurut Sugiyono.

Sejalan dengan paradigma tersebut, pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami fenomena sosial-keagamaan secara alamiah dan holistik, tanpa memanipulasi variabel maupun kondisi lapangan (Bogdan & Biklen, 1998), sedangkan sifat deskriptif diarahkan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat fakta-fakta serta hubungan antarfenomena yang diselidiki, bukan untuk menguji hipotesis atau mencari hubungan sebab-akibat (Nazir, 2014).

Dengan demikian, pendekatan kualitatif deskriptif dalam penelitian ini diarahkan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana manajemen strategi pengembangan program dakwah dilaksanakan oleh pengelola Masjid Agung Trans Studio Bandung. Peneliti berperan sebagai instrumen utama (*human instrument*) yang terjun langsung ke lapangan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi, guna memperoleh gambaran yang utuh dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang dipilih karena bertujuan menggambarkan dan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai manajemen strategi pengembangan program dakwah di Masjid Agung Trans Studio Bandung sebagaimana adanya di lapangan, tanpa bermaksud menguji hipotesis maupun mencari hubungan sebab-akibat antarvariabel.

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tanpa membuat kesimpulan yang lebih luas, sejalan dengan Moleong (2017) yang menegaskan bahwa penelitian deskriptif menghasilkan data berupa kata-kata dan perilaku yang dapat diamati untuk memahami fenomena secara mendalam.

Melalui metode ini, peneliti berupaya memaparkan secara rinci proses perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi yang dilakukan pengelola Masjid Agung Trans Studio Bandung dalam mengembangkan program dakwah, berdasarkan data dari observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Data tersebut kemudian disusun dan diinterpretasikan secara naratif sesuai kerangka teori manajemen strategi Fred R. David dan konsep pengembangan program menurut Sugiyono.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Penggunaan metode deskriptif juga didasarkan pada pertimbangan bahwa fenomena manajemen strategi dakwah di masjid yang berada pada kawasan pusat perbelanjaan modern bersifat unik dan kontekstual, sehingga lebih tepat dipahami melalui pemaparan naratif daripada diukur secara numerik, agar hasil penelitian dapat menyajikan gambaran yang utuh dan kontekstual mengenai objek yang diteliti.

4. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumber perolehannya, jenis data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder, yang digunakan secara saling melengkapi untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai manajemen strategi pengembangan program dakwah di Masjid Agung Trans Studio Bandung.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan melalui observasi dan wawancara mendalam (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari wawancara dengan pengurus DKM dan pengelola program dakwah, serta observasi langsung terhadap kegiatan dakwah di Masjid Agung Trans Studio Bandung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen, arsip, atau sumber tertulis lain yang mendukung dan melengkapi data primer (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini,

data sekunder diperoleh dari profil masjid, laporan kegiatan, dokumentasi, serta buku dan jurnal yang relevan, yang berfungsi sebagai pembanding untuk memperkuat keabsahan data primer.

5. Informan dan Unit Analisis

a. Informan

Informan yang penulis ambil dalam penelitian ini yaitu Ketua DKM dan Humas Masjid Agung Trans Studio Bandung yang berperan langsung dalam pengembangan program dakwah.

b. Unit Analisis

Unit penelitian ini dilakukan di Masjid Agung Trans Studio Bandung.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu menggunakan Teknik pengumpulan data diantaranya yaitu Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

a. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian dengan mencatat secara sistematis terhadap gejala-gejala yang terdapat pada objek penelitian (Sangadji, Mamang, 2010:169). Observasi merupakan metode yang paling dasar dan paling tua, akrena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati (Imam Gunawan, 2013:143).

Untuk teknik ini peneliti datang langsung ketempat penelitian dengan memperhatikan kondisi yang ada serta melakukan pencatatan untuk dilaporkan dalam sebuah penelitian. Peneliti juga melakukan observasi dengan cara mengamati dengan pedoman observasi.

b. Wawancara

Wawancara atau disebut dengan interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung atau bertatap muka antara pewawancara dengan responden (Burhan Bungin, 2005:136).

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara adalah pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada yang diwawancarai terkait dengan penelitian yang dilakukan kemudian jawaban dari informan dicatat ataupun di rekam oleh pewawancara (Cholid Nurbuko, 2007: 70). teknik pengumpulan data ini merupakan sebuah data yang dihasilkan dari beberapa responden yang ada di tempat penelitian yang dilakukan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan informasi berupa tulisan, lisan maupun gambar. Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi sebagai arsip peneliti untuk dilampirkan ke dalam skripsi (Sadiah, 2015:91). Peneliti menggunakan teknik dokumentasi dalam pengumpulan data karena dengan alasan utama

bahwa dokumen dapat mempermudah perolehan data yang diperlukan dari lokasi penelitian dan informasi yang didapatkan melalui wawancara dapat dibuktikan secara lebih konkret melalui keberadaan dokumen.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diartikan sebuah proses mengolah serta menafsirkan data yang telah dikumpulkan agar menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Miles dan Huberman (1984), ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu:

a. Reduksi Data

Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data dikelompokkan sesuai topik masalah. Pada tahap ini peneliti mengelompokkan data yang telah diperoleh dari berbagai sumber dan cara. Selanjutnya data difokuskan pada hal-hal penting yang berkaitan dengan penelitian untuk mempermudah, sehingga terbentuk gambaran yang lebih jelas.

b. Penyajian Data

Display data yaitu mengklasifikasikan pada satuan-satuan analisis sesuai fokus dan aspek permasalahan yang diteliti, atau data yang banyak, laporan lapangan yang tebal, dengan sendirinya akan sukar melihat gambaran keseluruhan untuk mengambil kesimpulan yang

tepat. Pada langkah ini penulis mengklasifikasikan data sesuai dengan fokus dan aspek permasalahan yang diteliti untuk mengambil kesimpulan.

c. Tafsir Data

Setelah data direduksi dan disajikan, tahap selanjutnya adalah tafsir data atau interpretasi data, yaitu proses pemberian makna terhadap data yang telah disusun agar dapat menjawab fokus penelitian secara utuh. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa interpretasi data merupakan upaya menghubungkan temuan lapangan dengan kerangka teori yang digunakan, sehingga data yang semula berupa fakta-fakta lepas dapat dipahami keterkaitannya dan memiliki makna yang relevan dengan tujuan penelitian.

Pada penelitian ini, tafsir data dilakukan dengan cara menghubungkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai manajemen strategi pengembangan program dakwah di Masjid Agung Trans Studio Bandung dengan kerangka teori manajemen strategi Fred R. David, yang meliputi tahap perumusan strategi (*strategy formulation*), pelaksanaan strategi (*strategy implementation*), dan evaluasi strategi (*strategy evaluation*), serta dikaitkan dengan konsep pengembangan program menurut Sugiyono. Melalui proses ini, peneliti berupaya memahami bukan hanya *apa* yang terjadi di lapangan, tetapi juga *mengapa* dan

bagaimana strategi tersebut dirumuskan, dilaksanakan, dan dievaluasi oleh pengelola masjid.

Interpretasi data dilakukan secara induktif, yaitu bertolak dari data dan fakta empiris di lapangan untuk kemudian dimaknai dan dikaitkan dengan konsep-konsep teoretis yang relevan, bukan sebaliknya memaksakan data agar sesuai dengan teori. Hasil tafsir data ini selanjutnya menjadi dasar bagi peneliti dalam menarik kesimpulan pada tahap berikutnya.

d. Penarikan Kesimpulan

Menyimpulkan data dan verifikasi dengan data-data baru yang memungkinkan mendapat keabsahan hasil penelitian. Langkah terakhir yang digunakan adalah menyimpulkan data keseluruhan dan verifikasi data agar penulis mendapat keabsahan dari hasil penelitiannya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG